



PENGARUH PRUDENCE DAN AGENCY COST TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Gita Ayu Rodiatul Tania¹, Widyasari², Wahyudi³

taniayurt@gmail.com¹; widyaasari88@gmail.com²;

Wahyuwahyudi601@gmail.com³

Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang

Abstract

This study aims to determine the effect of prudence and agency cost on firm value in companies listed on the Sri-Kehati Index of the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2023 period. The research employs a quantitative approach with an associative method. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a total sample of 10 companies, or 40 observed data points. Data analysis in this study was conducted using Eviews 12 software with a panel data regression model, which combines cross-sectional and time series data for better accuracy in estimating the relationship between variables. The results show that prudence has no significant effect on firm value. Likewise, agency cost also does not have a significant individual effect on firm value. However, when tested simultaneously, prudence and agency cost together have a significant influence on firm value. These findings suggest that while each factor may not be impactful on its own, their combined influence can shape a company's overall value. This study highlights the importance of integrated financial strategies in enhancing firm performance.

Keywords: Prudence; Agency Cost; Firm Value;

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh prudence dan agency cost terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam indeks Sri-Kehati dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 10 perusahaan sehingga diperoleh 40 data observasi. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi Eviews 12 dengan model regresi data panel, yang menggabungkan data time series dan cross section untuk menghasilkan estimasi



Webinar Nasional & Call For Paper:

“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”

20 Desember 2024

Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

hubungan antar variabel yang lebih akurat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prudence tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan agency cost, yang tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan, prudence dan agency cost berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari kedua variabel tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan meskipun secara individu tidak signifikan.

Kata kunci : *Prudence; Agency Cost; Nilai Perusahaan;*



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

I. PENDAHULUAN

Di era modern ini, pertumbuhan ekonomi, pembangunan infrastruktur, dan kemajuan teknologi informasi berkembang pesat di seluruh dunia. Kondisi ini menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Agar dapat bertahan dan terus berkembang, perusahaan harus mampu beradaptasi, bersaing, serta mengikuti perubahan yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan utama pendirian perusahaan adalah untuk mencapai profitabilitas yang maksimal dengan biaya operasional yang minimal, sehingga dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan serta memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham dan pemilik perusahaan. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, yang menandakan bahwa perusahaan tersebut berhasil memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham. Hal ini berdampak positif bagi perusahaan, karena pemegang saham akan terus mempertahankan investasinya dan dapat menarik calon investor untuk berinvestasi. Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai dengan baik apabila fungsi manajemen dijalankan secara efektif (Nurmala dan Maradesa, 2021).

Sri-Kehati adalah indeks yang mengukur performa harga saham dari 25 emiten yang memiliki kinerja baik dalam mendukung usaha-usaha berkelanjutan, serta memiliki kesadaran terhadap lingkungan hidup, sosial, dan tata kelola perusahaan

yang baik, yang dikenal dengan istilah *Sustainable and Responsible Investment* (SRI) (Sunandes, 2020). PT. Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu perusahaan di industri makanan dan minuman yang mencatatkan saham perdannya di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1994 dan merupakan perusahaan yang termasuk dalam indeks Sri-Kehati. Dengan demikian, perusahaan ini menjadi salah satu pemain lama di industri makanan dan minuman. Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap industri ini, kinerja PT. Indofood Sukses Makmur Tbk justru mengalami penurunan. Hal ini terlihat dari harga sahamnya pada tahun 2023 yang hanya mencapai 6 ribu rupiah per lembar, turun dibandingkan dengan tahun 2019 yang berhasil menjual sahamnya dengan harga 7 ribu rupiah per lembar.

**Tabel 1.1
Harga Saham PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2019 – 2023**

Tahun	Harga Saham Saat ini
2019	7.925
2020	6.850
2021	6.325
2022	6.725
2023	6.450

Sumber : www.idx.co.id

Selain dilihat dari harga saham perusahaan, salah satu alat ukur yang dapat digunakan adalah melalui *Price to Book Value* (PBV). PBV adalah rasio yang mengukur kinerja harga pasar saham dibandingkan dengan



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

nilai bukunya Selain dilihat dari harga saham perusahaan, salah satu alat ukur yang dapat digunakan adalah melalui Price to Book Value (PBV). PBV adalah rasio yang mengukur kinerja harga pasar saham dibandingkan dengan nilai bukunya (Brigham & Houston, 2015). Secara umum, perusahaan yang memiliki PBV lebih besar dari satu menunjukkan bahwa investor memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan tersebut. Namun, semakin tinggi PBV suatu perusahaan, semakin besar pula nilai pasar saham dibandingkan dengan nilai bukunya. Secara umum, perusahaan yang memiliki PBV lebih besar dari satu menunjukkan bahwa investor memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan tersebut. Namun, semakin tinggi PBV suatu perusahaan, semakin besar pula nilai pasar saham dibandingkan dengan nilai bukunya.

**Tabel 1.2
Nilai Perusahaan (PBV) PT.
Indofood Sukses Makmur Tbk
Periode 2019 – 2023**

Tahun	PBV
2019	1,28
2020	0,76
2021	0,64
2022	0,63
2023	0,56

Sumber : Data diolah oleh penulis

Pada periode 2019 hingga 2023, rata-rata *Price to Book Value* (PBV) PT Indofood Sukses Makmur Tbk menunjukkan nilai yang tidak stabil setiap tahunnya dan cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2019, PBV perusahaan tercatat

sebesar 1,28, kemudian menurun menjadi 0,76 pada tahun 2020. Pada tahun 2023, PBV perusahaan mencapai 0,56, yang merupakan nilai PBV terendah selama periode tersebut. Naik turunnya *Price to Book Value* (PBV) yang terjadi pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk mempengaruhi nilai perusahaan, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja perusahaan serta kepercayaan investor. Jika PBV mengalami peningkatan, nilai perusahaan cenderung dipandang lebih positif oleh pasar, yang dapat menarik minat investor. Sebaliknya, penurunan PBV dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap nilai perusahaan, yang berpotensi mengurangi minat investor dan berdampak buruk pada kinerja saham perusahaan (Hidayat, 2018).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya *prudence* dan *agency cost*. Faktor pertama, yaitu *Prudence* adalah prinsip yang menekankan pentingnya kehati-hatian dalam proses penilaian. Prinsip ini diperlukan untuk membuat perkiraan yang akurat, terutama dalam kondisi ketidakpastian, sehingga aset atau pendapatan tidak dibesar-besarkan, dan kewajiban atau pengeluaran tidak dinilai secara berlebihan (Yani dan Stiawan, 2022). Menurut hasil penelitian Nofianti dkk (2023), Safitri dan Oktaviani (2024) menunjukkan bahwa *prudence* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yani dan Stiawan (2022) yang menyatakan



Webinar Nasional & Call For Paper:

“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”

20 Desember 2024

Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

bawa *prudence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Faktor kedua, yaitu *agency cost* merujuk pada biaya yang dikeluarkan oleh pemilik (prinsipal) untuk mengawasi dan mengatur kinerja manajer (agen) agar selaras dengan tujuan perusahaan, sekaligus mengurangi masalah yang timbul akibat konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham. *Agency cost* ini muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajemen, di mana keduanya memiliki tujuan yang berbeda, dengan pemilik berfokus pada keuntungan dan kemakmuran, sementara manajemen mungkin bertindak untuk kepentingan pribadinya (Safara dkk., 2024). Menurut hasil penelitian Safara dkk (2024), Yani dan Stiawan (2022) menyatakan bahwa *agency cost* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, menurut penelitian Nurmala dan Maradesa (2021) menyatakan bahwa *agency cost* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh *Prudence* dan *Agency Cost* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2020-2023”.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka timbul pertanyaan penelitian: (1) apakah *prudence* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?; (2) apakah *agency cost* berpengaruh terhadap nilai

perusahaan? (3) Apakah *prudence* dan *agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan? Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan: (1) menguji pengaruh *prudence* terhadap nilai perusahaan; (2) menguji pengaruh *agency cost* terhadap nilai perusahaan; (3) menguji pengaruh *prudence* dan *agency cost* terhadap nilai perusahaan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai masalah *prudence* dan *agency cost*, khususnya pada perusahaan indeks Sri-Kehati. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan indeks Sri-Kehati, sehingga langkah-langkah preventif, seperti peningkatan pengawasan dapat diimplementasikan.

II. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan

Teori agensi yang diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan suatu kontrak di mana satu pihak (prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melaksanakan tugas atas nama mereka, termasuk memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan. Konsep ini menggambarkan perjanjian di mana pemilik perusahaan memberikan otorisasi kepada agen untuk bertindak



Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

atas nama mereka dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (Safitri dan Oktaviani, 2024).

Nilai Perusahaan

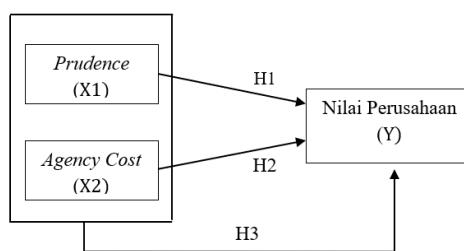
Menurut Indrarini (2019:2) nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap sejauh mana keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang diberikan kepadanya, yang sering kali dikaitkan dengan harga saham.

Prudence

Menurut FASB (1980) dalam *Concepts Statement* no.2 par.95, konsep *prudence* merujuk pada pendekatan yang bijaksana dalam menghadapi ketidakpastian yang melekat pada perusahaan, dengan tujuan untuk memastikan bahwa ketidakpastian dan risiko dalam lingkungan bisnis telah dipertimbangkan dengan cukup.

Agency Cost

Agency cost adalah penurunan kesejahteraan yang dialami oleh pihak prinsipal akibat adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen (Prawibowo, 2014).



Pengaruh *prudence* terhadap nilai perusahaan

Prudence berkaitan dengan prinsip kewaspadaan terhadap ketidakpastian dalam situasi bisnis. Berdasarkan Glossary dalam FASB No. 2, *prudence* adalah usaha untuk memastikan bahwa risiko yang tidak stabil terkait dengan kondisi bisnis telah dipertimbangkan dengan matang sebelum mengambil keputusan (Safitri dan Oktaviani, 2024). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nofianti dkk (2023) Sikap *prudence* mencakup kesiapan untuk mengorbankan sesuatu demi mengurangi atau menghilangkan risiko buruk dalam kondisi ketidakpastian. Lebih lanjut, Nofianti dkk (2023) mengungkapkan bahwa prinsip ini berperan untuk mengurangi kemungkinan agen memberikan informasi yang tidak mencerminkan kondisi perusahaan yang sebenarnya dalam laporan keuangan, serta mencegah manipulasi laba dengan menilai aset perusahaan secara berlebihan agar kinerja perusahaan terlihat lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan arus kas dan nilai perusahaan.

H1 : Diduga *prudence* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *agency cost* terhadap nilai perusahaan

Menurut Nurmalaasi dan Maradesa (2021) menjelaskan bahwa *agency cost* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk memantau dan mengatur kinerja agen



Webinar Nasional & Call For Paper:

“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”

20 Desember 2024

Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

agar sejalan dengan tujuan perusahaan. *Agency cost* ini mencakup pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi masalah agensi, seperti biaya untuk membangun sistem informasi keuangan yang efektif, biaya auditor eksternal untuk memeriksa laporan keuangan agar terhindar dari penyelewengan, pemberian insentif kepada manajemen dan karyawan, pengangkatan anggota komisaris eksternal untuk memastikan adanya pihak netral, serta biaya pengawasan terhadap manajemen. Biaya agensi yang dikeluarkan oleh manajemen dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yani dan Stiawan (2022) mengungkapkan jika terjadi peningkatan biaya agensi dalam suatu perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Sebaliknya, jika biaya agensi berkurang, nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Oleh karena itu, perusahaan dengan biaya agensi yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi pula, karena hal ini memberikan kesempatan bagi pemegang saham untuk lebih mengawasi tindakan manajer, yang pada gilirannya dapat mendukung peningkatan nilai perusahaan.

H2 : Diduga *agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *prudence* dan *agency cost* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yani dan Stiawan

(2022) menyatakan bahwa *prudence* dan *agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Safitri dan Oktaviani (2024) menyatakan bahwa *prudence* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Safara dkk (2024) menyatakan bahwa *agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 : Diduga *prudence* dan *agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

III. METODE RISET

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode asosiatif. Menurut Rusiadi dkk. (2016:12), penelitian asosiatif/kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel. Melalui penelitian ini, suatu teori akan dikembangkan yang dapat digunakan untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan fenomena tertentu. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2023.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil sampel dari populasi



Webinar Nasional & Call For Paper:

“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”

20 Desember 2024

Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Terdapat beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dalam pemilihan sampel diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Perusahaan	Jumlah
1	Perusahaan Indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2023	25
2	Perusahaan Indeks Sri-Kehati yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dari tahun 2020-2023	(14)
3	Perusahaan Indeks Sri-Kehati yang tidak menggunakan mata uang rupiah	0
4	Perusahaan Indeks Sri-Kehati yang mengalami laba rugi selama periode 2020-2023	(1)
5	Perusahaan Indeks Sri-Kehati yang informasi data tidak lengkap	0
Jumlah		10
Periode tahun		4
Jumlah Sampel Penelitian		40

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data

dokumenter, yang berupa arsip yang mencatat informasi mengenai apa yang terjadi, kapan terjadinya, dan siapa saja yang terlibat dalam peristiwa tersebut. Data dokumenter yang digunakan berasal dari laporan tahunan perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020-2023. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan indeks Sri-Kehati yang tercatat di Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses dari website resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan website masing-masing perusahaan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen yang relevan.

Variabel dan Definisi Variabel Operasional

Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap sejauh mana keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang diberikan kepadanya, yang sering kali dikaitkan dengan harga saham. Setiap perusahaan memiliki tujuan tertentu



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

yang ingin dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan utama pendirian perusahaan adalah untuk mencapai profitabilitas maksimal dan tentu saja memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham. Perusahaan harus menciptakan nilai yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Harga saham yang tinggi akan mencerminkan nilai perusahaan yang juga tinggi, yang menunjukkan peningkatan kemakmuran pemegang saham (Indrarini 2019:2). Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan PBV (*Price to Book Value*) yaitu:

PBV

= *Harga Per Lembar Saham*
/ *Nilai Buku Per Lembar Saham*

Sumber: Yani dan Stiawan (2022)

Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2018:39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *prudence* (X1) dan *agency cost* (X2).

1. *Prudence* (X1)

Prudence menurut International Accounting Standards Board (2010): “Prudence yaitu tindakan kehati-hatian dalam melakukan penilaian pada kondisi yang tidak pasti, untuk tidak melebih-lebihkan asset atau pendapatan dan tidak mengabaikan kewajiban atau pengeluaran”

2. *Agency Cost* (X2)

Agus (2015:12) mengatakan bahwa agency cost adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan guna memperkecil konflik keagenan.

Teknik Analisis Data

Dalam menunjang pembahasan, analisis serta pengujian hipotesis data, diperlukan pengolahan dan penganalisisan data menggunakan program yang terkomputerisasi. Dalam penelitian ini menggunakan software E-Views 12. Adapun analisa yang dilakukan peneliti yaitu analisis statistik deskriptif dan untuk pengujian menggunakan uji asumsi klasik serta uji kelayakan model.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.1

Hasil Statistik Deskriptif

	PBV	CONNAC	FCF
Mean	6.286288	-0.013304	0.083141
Median	1.933147	-0.017109	0.051779
Maximun	56.79190	0.085719	0.641135
Minimum	0.563717	-0.119908	-0.145771
Std. Dev.	13.17282	0.042222	0.150363
Ske witness	2.812116	0.192012	1.979793
Kurtosis	9.443796	3.558117	6.948585
Jarque-Bera	121.9242	0.764950	52.11607



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

Probability	0.000000	0.682171	0.000000
Sum Sq.	251.4515	-0.532158	3.325622
Dev. Obs	6767.401	0.069526	0.881758
ervat ions	40	40	40

Sumber : Output Eviews,
2024

Berdasarkan data pada tabel 4.1, diperoleh informasi mengenai variabel nilai perusahaan memiliki nilai maksimum 56.79190, nilai minimum 0.563717, nilai rata-rata (mean) 6.286288 serta nilai standar deviasi sebesar 13.17282 dengan total keseluruhan data penelitian sebanyak 40 data. Tingkat nilai perusahaan tertinggi terjadi pada PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) tahun 2020. Sedangkan tingkat nilai perusahaan terendah terjadi pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) tahun 2023.

Pada variabel *prudence* memiliki nilai maksimum sebesar 0.085719, nilai minimum sebesar -0.119908 , nilai rata-rata (mean) sebesar -0.013304 , serta nilai standar deviasi sebesar 0.042222 dengan total keseluruhan data penelitian sebanyak 40 data. Tingkat *prudence* tertinggi terjadi pada PT Bank Negara Indonesia Tbk. (BBNI) tahun 2021. Sedangkan tingkat nilai perusahaan terendah terjadi pada PT Kalbe Farma Tbk. (KLBF) tahun 2022.

Pada variabel *agency cost* memiliki nilai maksimum sebesar

0.641135, nilai minimum sebesar -0.145771, nilai rata-rata (mean) sebesar 0.083141 serta nilai standar deviasi sebesar 0.150363 dengan total keseluruhan data penelitian sebanyak 40 data. Tingkat *agency cost* tertinggi terjadi pada PT Jasa Marga Tbk. (JSRK) tahun 2020. Sedangkan tingkat nilai perusahaan terendah terjadi pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) tahun 2020.

Uji Chow

**Tabel 4.2
Hasil Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	47.376845	(9,28)	0.00
Cross-section Chi-square	111.470195	9	0.00

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.2, diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* sebesar $0,0000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *fixed effect model* adalah model yang tepat.

Uji Hausman

**Tabel 4.3
Hasil Uji Hausman**

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Pro b.
Cross-section random	31.289522	2000	0.0

Sumber : Output Eviews, 2024



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

Berdasarkan hasil tabel uji hausman pada tabel 4.3, diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Cross-section random* sebesar 0,0000 $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *fixed effect model* adalah model yang tepat.

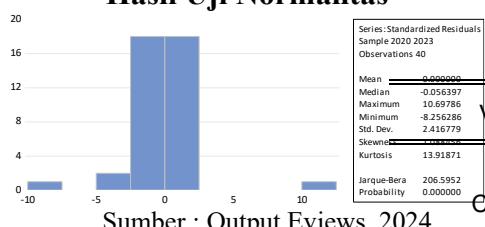
**Uji Lagrange Multiplier
Tabel 4.4
Hasil Uji Lagrange Multiplier**

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch -Pagan	16.51625 (0.0000)	2.043595 (0.1528)	18.55984 (0.0000)

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.4 didapati perolehan pengujian Lagrange Multiplier dengan nilai probabilitas adalah senilai 0,0000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *random effect model* ialah bentuk yang tepat.

**Uji Normalitas
Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas**



Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.5 diatas, menunjukkan nilai probability 0,000000 yang menunjukkan bahwa data tidak

terdistribusi normal. Jika hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, maka dapat diterapkan asumsi uji statistik Teorema Limit Sentral (*Central Limit Theorem/CLT*). CLT menyatakan bahwa data dengan jumlah sampel lebih dari 30 ($n > 30$) dapat dianggap normal karena distribusi kesalahan sampling mendekati distribusi normal (Gaussian) (Gujarati, 2015).

**Uji Multikolinearitas
Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas**

	CONNAC	FCF
CONNAC	1.000000	-0.062701
FCF	-0.062701	1.000000

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan uji multikolinearitas yang disajikan dalam tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian diatas tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 0,85 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas
Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.946376	0.325019	2.911755	0.0070
CONNAC	-13.86030	6.960044	-1.991410	0.0563
FCF	1.079940	2.360745	0.457457	0.6509

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.7, diatas dapat dilihat bahwa tidak ada



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

variabel independen yang memiliki nilai probabilitas dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan model tersebut terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Data Panel
Tabel 4.8
Hasil Regresi Data Panel**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.745275	0.663750	8.655782	0.0000
CONNAC	-25.31569	14.21372	-1.781075	0.0858
FCF	2.456263	4.821084	0.509484	0.6144

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk yaitu: $PBV = 5.745275\alpha + -25.31569CONNAC + 2.456263FCF + \varepsilon$. Interpretasi untuk persamaan regresi tersebut yakni:

1. Konstanta (α) sebesar 5.745275 memberikan penjelasan bahwa jika diasumsikan nilai variabel *prudence* dan *agency cost* 0, maka besarnya tingkat nilai perusahaan sebesar 5.745275.
2. Untuk variabel *prudence* (CONNAC), diperoleh nilai koefisien sebesar -25.31569 dengan tanda negatif yang artinya jika setiap terjadinya peningkatan *prudence* sebesar 1 satuan dengan

asumsi variabel lain bernilai nol, maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -25.31569.

3. Untuk variabel *agency cost* (FCF), diperoleh nilai koefisien sebesar 2.456263 dengan tanda positif yang artinya jika setiap terjadinya peningkatan *agency cost* sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai nol, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2.456263.

**Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Tabel 4.9**

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	Root MSE	R-squared	
Mean	2.386378	0.966340	
dependent			
var	6.286288	Adjusted R-squared	0.953116
S.D.			
dependent			
var	13.17282	S.E. of regression	2.852267
Akaike info			
criterion	5.177430	Sum squared resid	227.7920
Schwarz			
criterion	5.684094	Log likelihood	-91.54861
Hannan-			
Quinn criter.	5.360624	F-statistic	73.07667
Durbin-			
Watson stat	2.968654	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi data panel ditunjukkan oleh nilai Adjusted R-squared. Nilai Adjusted R-squared adalah sebesar 0.953116 yang artinya variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan adalah sebesar 95,31% sedangkan sisanya sebesar 04,69% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian. Hal tersebut



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

dapat menjelaskan bahwa secara bersama-sama variabel *prudence* dan *agency cost* hanya dapat menjelaskan variasi-variabel nilai perusahaan sebesar 95,31% .

C	5.7452	0.66375	8.655	
	75	0	782	0.0000
CON	25.315	14.2137	1.781	
NAC	69	2	075	0.0858
	2.4562	4.82108	0.509	
FCF	63	4	484	0.6144

Sumber : Output Eviews, 2024

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah adanya pengaruh *prudence* (CONNAC) terhadap nilai perusahaan (PBV). Pada tabel 4.11, nilai probabilitas *prudence* (CONNAC) sebesar 0.0858 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *prudence* (CONNAC) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah adanya pengaruh *agency cost* (FCF) terhadap nilai perusahaan (PBV). Pada tabel 4.14 nilai probabilitas *agency cost* (FCF) sebesar 0.6144 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *agency cost* (FCF) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

**Pembahasan Penelitian
Pengaruh *Prudence* Terhadap Nilai
Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.14 penelitian ini menolak hipotesis pertama (H1), nilai probabilitas *prudence* (CONNAC) sebesar 0.0858 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *prudence* (CONNAC) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji F

**Tabel 4.10
Hasil Uji F**

	R-squared	
Root MSE	2.386378	0.966340
Mean dependent var	Adjusted R-squared	0.953116
S.D. dependent var	S.E. of regression	2.852267
Akaike info criterion	Sum squared resid	227.7920
Schwarz criterion	Log likelihood	-91.54861
Hannan-Quinn criter.	F-statistic	73.07667
Durbin-Watson stat	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber : Output Eviews, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas, hasil uji F dapat dilihat pada Prob (F statistic). Hasil uji F adalah senilai 0.000000 lebih kecil dari 0,05 yang mengartikan bahwa *prudence* dan *agency cost* secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar BEI periode tahun 2020-2023.

Uji t

**Tabel 4.11
Hasil Uji t**

Vari	Coefici	t-	
able	ent	Std. Error	Statist
			ic
			Prob.



**Webinar Nasional & Call For Paper:
“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”
20 Desember 2024
Vol. 4, No.1 Tahun 2024**

No. ISSN: 2809-6479

Prinsip *prudence* diterapkan untuk meningkatkan keandalan laporan keuangan dan mencegah praktik manajemen laba. Namun, dalam penelitian ini, penerapan prinsip tersebut tidak berpengaruh, baik untuk meningkatkan maupun menurunkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan investor yang kini tidak lagi mempertimbangkan prinsip *prudence* dalam menilai saham perusahaan. Akibatnya, baik peningkatan maupun penurunan tingkat *prudence* dalam perusahaan tidak akan memengaruhi nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa meskipun *prudence* dalam perusahaan menurun, nilai perusahaan tetap meningkat, sementara jika *prudence* meningkat, nilai perusahaan justru mengalami penurunan pada perusahaan-perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.

Pengaruh *Agency Cost* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.14 penelitian ini menolak hasil hipotesis kedua (H2), nilai probabilitas *agency cost* (FCF) sebesar 0.6144 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *agency cost* (FCF) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Semakin tinggi *agency cost* yang diberikan pemegang saham kepada manajer, hal ini dapat berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Namun, perusahaan yang mengeluarkan *agency cost* tinggi

tidak selalu dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena dari segi kualitas pengauditan laporan keuangan, hal tersebut tidak mencerminkan nilai pasar saham yang tinggi pada perusahaan-perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023 yang diaudit oleh auditor eksternal.

Pengaruh *Prudence* dan *Agency Cost* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan data pada tabel 4.13 penelitian ini menerima hasil hipotesis ketiga (H3), pada nilai probabilitas (F statistic) hasil uji f adalah senilai 0.000000 lebih kecil dari 0,05 yang mengartikan bahwa *prudence* dan *agency cost* secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut dapat dijadikan faktor penting dalam penelitian perusahaan bagi investor baru yang berencana menanamkan saham di perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar BEI periode tahun 2020-2023.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan terkait dengan pengaruh *Prudence* dan *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks Sri-Kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan.



Webinar Nasional & Call For Paper:

“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”

20 Desember 2024

Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

Pertama, *Prudence* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kedua, *Agency Cost* juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, secara simultan, *Prudence* dan *Agency Cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menghadapi beberapa keterbatasan dalam penyajian data, antara lain: pertama, banyak perusahaan yang dikeluarkan dari sampel penelitian, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi. Kedua, sampel yang digunakan terbatas pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam indeks Sri-Kehati dan masa pengamatan hanya mencakup empat tahun.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi perusahaan, disarankan untuk memperhatikan faktor *prudence* dan *agency cost*, serta mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan sebaiknya fokus pada faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai pasar saham, karena hal ini berpengaruh pada persepsi investor terhadap risiko investasi dan prospek perusahaan di masa depan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai

perusahaan. Selain itu, sebaiknya menggunakan objek penelitian yang berbeda untuk memperluas cakupan ke sektor-sektor lain yang relevan, guna menghasilkan temuan yang lebih signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Nofianti, N., Mulyasari, W., & Ramadhina, A. (2023). PENGARUH PRUDENCE AKUNTANSI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN EARNINGS MANAGEMENT DAN ASIMETRI INFORMASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Ilmiah Hospitably*, 12(1), 323–332.

Nurmalasari, P., & Maradesa, D. (2021). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 16(4), 355–365. www.cnnindonesia.com,

Prawibowo, T. (2014). Analisis Pengaruh Persaingan terhadap Agency Cost. *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, 3, 198–198. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_100129



Webinar Nasional & Call For Paper:

“BUILDING YOUTH ENTREPRENEUR IN DIGITAL ERA”

20 Desember 2024

Vol. 4, No.1 Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

- Safara, A. F., Apriliyanti, T., & Aminatuzzuhro. (2024). Pengaruh Tax Avoidance, Kebijakan Deviden, Dan Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 75–82.
<https://doi.org/10.59024/jise.v2i2.674>
- Safitri, B., & Oktaviani, A. A. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak, Penghindaran Pajak, dan Prudence accounting terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 11(1), 106–122.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35891/jsb.v11i1.5446>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunandes, A. (2020). Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks SRI KEHATI Periode 2017-2018). *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(1), 90–110.
<https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v13i1.1081>
- Yani, V., & Stiawan, H. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Prudence, dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora)*, 1(3), 328–338.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora>